

Fernández, Marina E.

El éthos y otras imágenes discursivas construidas por el orador: Una primera reflexión sobre la alteridad en el discurso y su influencia en la construcción de la imagen de sí del orador

IX Jornadas de Investigación en Filosofía

28 al 30 de agosto de 2013

CITA SUGERIDA:

Fernández, M. E. (2013) El éthos y otras imágenes discursivas construidas por el orador: Una primera reflexión sobre la alteridad en el discurso y su influencia en la construcción de la imagen de sí del orador [en línea]. IX Jornadas de Investigación en Filosofía, 28 al 30 de agosto de 2013, La Plata, Argentina. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.2907/ev.2907.pdf

Documento disponible para su consulta y descarga en **Memoria Académica**, repositorio institucional de la **Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE)** de la **Universidad Nacional de La Plata**. Gestionado por **Bibhuma**, biblioteca de la FaHCE.

Para más información consulte los sitios:

<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar>

<http://www.bibhuma.fahce.unlp.edu.ar>



Esta obra está bajo licencia 2.5 de Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 2.5



**EL *ÉTHOS* Y OTRAS IMÁGENES DISCURSIVAS CONSTRUIDAS POR EL ORADOR.
Una primera reflexión sobre la alteridad en el discurso y su influencia en la construcción de
la imagen de sí del orador¹**

Marina E. Fernández

IdIHCS-UNLP, UADE

mefernandez@fahce.unlp.edu.ar

El *éthos*, considerado como la imagen que el orador/enunciador² crea de sí en su discurso, se ha constituido en una de las nociones de origen retórico más estudiadas y analizadas en los últimos tiempos desde la perspectiva del análisis del discurso, en particular, de la Escuela Francesa. Ciertamente, tanto interés reside en su importancia en la construcción discursiva. En el marco conceptual de la retórica, dentro del conjunto de pruebas técnicas, el *éthos* consiste en “causar una buena impresión, por la manera en la que uno construye su discurso, y por dar una imagen de sí capaz de convencer al auditorio por haberse ganado su confianza” (Maingueneau, 2002). Así, ya desde la perspectiva del análisis del discurso, Maingueneau, quien retoma y adapta la noción aristotélica, afirma que: “la prueba por el *éthos* moviliza todo aquello que contribuye a crear una imagen de sí del orador en la enunciación discursiva”³ (2002). A la luz de estas afirmaciones, no es difícil concebir la necesidad de estudiar el *éthos* y aquellos fenómenos discursivos relacionados con él.

Sin embargo, a pesar de la abundancia de trabajos sobre el tema, creemos existe un nicho analítico y conceptual en lo respectivo a otras imágenes que también se construyen por medio del discurso y que, es más, serían inter-dependientes con el *éthos*. Aquí es donde se centra nuestra atención. A modo de comienzo de nuestro recorrido, partiremos de la definición aristotélica de *éthos*, para luego ahondar en la identificación, definición y clasificación general de otras imágenes discursivas a partir de él y viceversa.

1El presente trabajo se enmarca en el proyecto “Entre la Filosofía y la Literatura (segunda parte). Composición y ruptura de lazos comunitarios y políticos en escritos de filosofía práctica de Aristóteles y recuperación actual del debate en el campo de la retórica y de los estudios del discurso.”, acreditado bajo el código 1112 H647 en el Programa Nacional de Incentivos, radicado en el IDHICS (UNLP-CONICET), duración: 2012-2015.

2 Decidimos conservar en esta instancia ambos términos, aunque ni los conceptos ni los marcos teóricos a los que refieren coinciden, a modo de orientar y adaptar la exposición.

3La traducción es nuestra.

Como es bien conocido, se consigna la noción de *éthos* en la *Retórica* de Aristóteles al momento de tratarlas pruebas propias del arte o técnicas, o sea, que el orador puede componer y que son tres: *ῥῆθος* (*éthos*), *πάθος* (*páthos*) y *λόγος* (*lógos*) (Ret. I.2.1356a). El *éthos* “reside en el carácter del orador” y se persuade por medio de él “cuando se pronuncia el discurso de tal manera que haga al orador digno de ser creído, porque a las personas buenas les creemos más y con mayor rapidez”, “principalmente en aquello en que no hay evidencia, sino una opinión dudosa.” (I.2.1356a, 5-9) De todas las pruebas utilizadas para la persuasión, se concede que el *éthos* “posee casi la mayor fuerza probatoria.” (I.2.1356a, 12-14)

Más allá de esta definición primera, tomamos lo propuesto por Barthes en *L’ancien rhétorique*. Aide-mémoire. (1970, B.1.28, p.212) sobre el *éthos*, que se reitera en la edición en español de *La aventura semiológica* (1993, p.143) y reza:

Los *ethe* son los atributos del orador (y no los del público, *pathē*); son los rasgos de carácter que el orador debe *mostrar* al auditorio (no importa mucho su sinceridad) para causar una impresión favorable: son sus *aires*. No se trata, pues, de una psicología expresiva, sino de una psicología imaginaria (en el sentido psicoanalítico); tengo que significar eso que quiero ser *para el otro*. Por esta razón –dentro de la perspectiva de esta psicología teatral– es mejor hablar de tonos que de caracteres: *tono* en el sentido musical y ético que la palabra tenía en la música griega. En sentido propio, el *ēthos* es una connotación: el orador enuncia una información y *al mismo tiempo* dice: yo soy éste; yo no soy aquél [sic].

Asimismo, guiamos nuestra reflexión con aquellas sobre el *éthos* que aportaron Dominique Maingueneau (desde 1984, pero particularmente en 2002) y Ruth Amossy (en especial, en sus obras de 1999 y 2010), dentro de la misma línea de estudio. Ambos parten de una definición de *éthos* común: “la imagen de sí que construye el locutor en su discurso para ejercer influencia sobre su alocutario.” (Charaudeau, 2005, p. 246).

Por su lado, cabe decir, el análisis del discurso toma como eje y anclaje lo expuesto en las líneas de la *Retórica* que enuncian: “Pero conviene también que esto suceda por medio del

discurso y no porque la opinión haya anticipado este juicio respecto del orador”(I, 2, 1356^a, 9-11). Es así cómo se instaure explícitamente al *éthos* como un fenómeno discursivo en la obra, aunque no uno fácilmente delimitable dada la complejidad del objeto mismo. No obstante, el primer problema que se encuentra es definir y delimitar a qué denominamos *discurso*, o –mejor dicho– *λόγος* (Aristóteles, 1990). Tal vez esto sea infructuoso sino imposible, por lo que proponemos –con fines prácticos– postergar el debate y considerar al *discurso* en términos generales, como una “exposición sobre un tema” (RAE, 2001), claro que sin dejar de lado todas aquellas variables que lo afectan y lo diferencian de *texto*, como el “contexto”, sus elementos constitutivos, y demás coordenadas enunciativas (Kerbrat-Orecchini, 1993, pp.17-44).

Ya hechas las aclaraciones pertinentes con respecto al *éthos* y al discurso, solo restan aquellas vinculadas a la alteridad.

Conscientes de la larga tradición filosófica al respecto, pero también respetuosos de ella, aclaramos que aquí se considera a la *alteridad* en forma muy amplia y abstracta, como un *no-yo* del enunciadador, como todo aquello que no le es propio ni exclusivo, ni abarca suyo. En otras palabras, esta noción de alteridad tal cual la planteamos abarca todo lo que se considera diferente al *yo* del enunciadador, extraño a él, extranjero, ajeno. No obstante, no hemos de equiparar a la alteridad con un *alter-ego*, al menos no directamente, tampoco con un enemigo, ya que no consideramos que esta alteridad adopte únicamente una forma antagonista. Para el caso, cualquier *otro* se enmarcaría en la alteridad a la que nos referimos. En breve, utilizamos esta denominación solo a efectos de demarcar una diferencia valorativa binaria (*yo* c/ *no-yo*), basada en una imagen –al menos en apariencia egocéntrica– que se construye discursivamente, que denominamos *éthos*.

Finalizadas las aclaraciones necesarias, nos volcamos a las reflexiones que nos ocupan.

La perspectiva aristotélica del *éthos* tiene como eje principal –sino único– al orador, es decir, gira en torno a él, tal como se puede constatar en la *Retórica* (I.2.1.1356a), y deja un amplio espacio –creemos– para consideraciones con respecto a la relación *éthos-alteridad*. No obstante, un breve repaso por los pasajes mencionados de esa obra nos permite entender que si bien el orador es

axial para el *éthos*, existe más allá de él, en principio, la audiencia. El orador es tal en tanto y en cuanto esté en un cierto “contexto”, para el caso que nos ocupa, el que haya –mínimamente– una audiencia y un discurso. Los tres son elementos constitutivos en la *Retórica*. Ya la incorporación de la audiencia alerta sobre una alteridad, sobre un *otro*, pero ¿es esto así también en el plano discursivo? Existen incontables trabajos desde el análisis del discurso, la lingüística, y los estudios de la comunicación sobre la subjetividad en el discurso –entre los que se destacan, por ejemplo, aquellos de Émile Benveniste y Catherine Kerbrat-Orecchioni–, que afirman que ese es el caso. Pero nuestra búsqueda nos lleva a considerar el asunto desde un ángulo más agudo, mismo más allá de esa alteridad primera que da cuenta de un diálogo o intercambio entre dos participantes constitutivos de un evento comunicativo; también, más allá de marcas en el discurso que alertan sobre la presencia de co-enunciadores, enunciatarios, etc. Tampoco tratamos la alteridad (por denominarla de alguna manera “vertical”, pensando en cómo etiquetó Julia Kristeva algunos casos de intertextualidad) presente en el dialogismo discursivo de tradición bajtiniana. Nuestra búsqueda está atenta a los procesos efectivos de construcción de imágenes por medio del discurso, independientemente de otros fenómenos discursivos. Entonces, entre nuestros planteos se encuentra, por ejemplo, el interrogante: ¿es posible que cuando se construye el *éthos* discursivo se lo haga no tan solo sin auto-elogios sino también oponiendo el *yo* con los posibles *otros*, sea o no por medio del vituperio y otras formas de ataque? ¿Es posible que exista una contraposición que no sea con otra corporalidad o imagen sino con atributos? Es más, ¿existen procesos discursivos basados en la oposición *yo-otros* o *yo-alteridad* que intervienen en la construcción del *éthos*?

Esta pregunta que surge del análisis discursivo mismo plantea, como es de suponer, un nuevo interrogante sobre la construcción de la imagen de sí. Es factible pensar que ella se basa en un juego de oposiciones, en parte, como lo plantea Barthes “yo soy éste, yo no soy aquel” (1993, p.143), pero con una vuelta de tuerca. Ese *yo* no estaría en oposición necesariamente directa con un *otro*, ni tendría por qué corresponderse con una corporalidad, sino con diversos, con opuestos, con complementarios y demás, sin importar la forma que adopten. Entre las reflexiones propuestas, ese *yo* sería lo que es, no tan solo por cómo se presenta, sino también por cómo presenta la alteridad. Planteado en términos cotidianos: el hablar de otros ¿es también hablar de

uno mismo? Desde nuestra experiencia analítica, la respuesta está dada por ciertas observaciones que mencionaremos a continuación.

La alteridad, sea discursiva o no, entendida como ese *no-yo*, no es siempre negativa en valoración; dicho en términos simples, no se puede identificar siempre con loantagónico. Sin ahondar aquí en análisis, en tanto se recree –como lo expresamos con anterioridad– la imagen de una cierta audiencia en el discurso, ya se puede pensar en una alteridad, o sea, en un *otro* distinto al enunciador, que no necesariamente va a ofrecer oposición de creencias. A partir de los trabajos que hemos realizado, en base a criterios como el recién mencionado, se puede, entonces, concebir al menos dos tipos de alteridades básicas: una *positiva* y una *negativa*.

La *alteridad positiva* estaría constituida por aquellas representaciones, más o menos completas, más o menos difusas, de amigos, aliados, partidarios, y adherentes, entre otros. También deberían considerarse en este grupo todas aquellas alusiones a atributos de valoración positiva, y todas aquellas que carecen de una corporalidad. Esta forma de alteridad es compatible, sino análoga, con el *éthos* del enunciador.

Cabe notar que existen fenómenos como el del verbalizar arrepentimiento, que también pueden obrar en la construcción de un *éthos* favorable. Sin embargo, siempre han de tomarse en cuenta las variables discursivas pertinentes, ya que no en todos los “contextos” ni con cualquier audiencia este tipo de fenómenos va a obrar de la misma forma; es decir, no se puede prescindir de cuestiones socio-culturales, coyunturales, históricas, políticas, entre otras, al momento del análisis del *éthos*, en tanto todas ellas guían las valoraciones.

Por otro lado, la existencia de una *alteridad negativa* estaría dada por la presencia de representaciones, más o menos completas, más o menos difusas, de enemigos, extranjeros, extraños, entre otros. Estas imágenes, representaciones o alusiones serían en cierto respecto opuestas al *éthos* del enunciador. Se incluirían en este grupo aquellas alusiones a calificaciones negativas dañinas y que el enunciador descarta o enajena frecuentemente por medio de la negación (meta)lingüística.

Finalmente, en cuanto al nivel de definición y/o delimitación, entonces, sea cual fuere el caso, se debe advertir que a veces la alteridad se muestra tan difusa que no se puede etiquetar más que como *alteridad*, es decir, algo en algún aspecto distinto a un *yo*. En otras ocasiones, es posible detectar que esa alteridad se corresponde con una determinada corporalidad o mismo con una representación subjetiva identificable con una persona de carne y hueso.

A partir de la clasificación anterior, en nuestra experiencia analítica⁴, hemos detectado al menos dos clases de mecanismos de construcción discursiva de imágenes que aluden a la alteridad: una positiva y una negativa, entendidas en términos generales –aunque en más de un sentido– de *analogía-oposición*.

El primer mecanismo, el analógico, es más bien directo, es decir, una construcción por medio de alusiones que identifican al enunciador con un cierto estereotipo, con un grupo, con determinados valores, principios, etc. Dentro de esta primera clase también podrían incluirse los casos de elogios, alabanzas y halagos a otros, ya que además de mostrar al enunciador como reconocedor de virtudes y logros ajenos, por ejemplo, también podría mostrar aquello que le gusta y/o a lo que adhiere y/o con lo que se identifica. Cabe notar que en aquellos casos en que el enunciador sea análogo a aquel que ensalza, es posible que esa acción se torne reflexiva, es decir, que al elogiar a otros se produzca el efecto de que se elogie indirectamente a sí mismo, o al menos, que se constituya en objeto de elogio, por analogía. Resumiendo, este primer grupo de construcciones resultantes descansa en procesos de identificación, de asociación y semejantes.

El segundo mecanismo, la construcción negativa del *éthos*, por medio de la oposición, estaría dado por la creación y descripción de la imagen del enemigo, antagonista, oponente o *alter-ego*, entre otras formas opuestas, pero también por todo lo incompatible con el enunciador. Dicho de otro modo, se estaría montando el *éthos* del enunciador en base a la construcción de un antagonista o varios, y/o a la alusión de atributos opuestos al *yo*. Tal vez los ejemplos más claros se encuentren en el discurso político, un género discursivo altamente polarizado y polémico, que –según Eliseo Verón (1987)– se caracteriza –entre otros– por la construcción sistemática de un

⁴Nuestro trabajo se basa en análisis lingüístico-discursivos, principalmente, aunque no exclusivamente, del género discurso político.

contradestinataria, es decir, un destinatario negativo, cuyas creencias están en conflicto con aquellas del enunciador (inversión de la creencia) (Verón, 1987, p.17).

Por otro lado, se encuentran casos menos evidentes de este mecanismo de construcción. Por ejemplo, el no hacer alusión a algo esperable, o no criticar algo criticable cuando se espera que el enunciador lo haga, crea un vacío (silencio o hiato) que puede implicar que el enunciador evita aludir u opinar porque el hacerlo podría perjudicar a su *éthos*. Lo mismo podría ocurrir si se desestiman o borran “diferencias insalvables” obvias dentro de una cierta configuración discursiva.

Finalmente, aún dentro de este segundo mecanismo, también hay que considerar los casos de ataque verbal. Todo ataque verbal tiene como blanco lo distinto, lo diferente, lo opuesto, lo diverso, lo que molesta o incomoda, etc., por lo que se basa en el rechazo, en la oposición, en el desacuerdo, entre otras formas. Existen distintos tipos de ataque, que incluyen al vituperio y al insulto, entre muchos, aunque existen ataques montados solo sobre el mostrar discursivamente acciones y/o resultados desfavorables, aunque lo sean solo a los ojos del atacante.

No obstante, como es de esperar, y tal como lo mencionamos con anterioridad con respecto a las valoraciones, no se puede pensar en fórmulas con sus respectivos valores asegurados. Dicho de otro modo, si bien el insulto puede considerarse por definición un acto que se ha de valorar negativamente, en la puesta en discurso, a causa de todas las variables operantes, la valoración negativa no está dada ni garantizada; es más, puede que termine sucediendo lo contrario: que el *éthos* del enunciador se vea beneficiado por esa acción supuestamente condenable⁵.

En síntesis, desde esta nueva perspectiva, el discurso sería entonces una inagotable puesta en juego de valores positivos (que construyen en base a procesos analógicos) y negativos (que construyen por oposición) con el propósito de montar y definir la imagen del enunciador. Tal como lo planteamos metafóricamente en el artículo *Ethos in controversy* [El *éthos* en la polémica] (2012), la imagen de sí del enunciadortambién se construye entonces como una fotografía, en base a un negativo, o una máscara, o un molde.

⁵Nótese que no evaluamos ni nos enfocamos en los efectos perlocutorios, sino en la existencia de distintos sistemas de valoración que intervienen de manera determinante en la construcción de sentido en los discursos.

Es evidente que la sistematización de este o cualquier otro intento taxonómico implicaría diversos cambios motivados. Pasemos entonces a considerar brevemente algunos de ellos.

Un cambio de perspectiva como el propuesto, con respecto a la visión de la construcción del *éthos*, deriva de la necesidad de ahondar en la descripción del objeto de estudio y de los procesos intervinientes, y en la necesidad de cambiar ciertas estrategias de análisis. Por ejemplo, aquellas que en cierta forma podrían incluirse en el grupo de mecanismos *positivos*, es decir, a aquellos que muestran o dicen sobre lo que es análogo al enunciador. Normalmente, se buscan indicios discursivos puntuales a modo de identificar el tipo de *éthos* que se construye en un determinado discurso; todos ellos que se vinculen directamente a modo de crear una corporalidad, que frecuentemente responde a alguna imagen estereotípica. No tan a menudo, también se buscan indicios de un *otro*, *enemigo* u *oponente*, aunque no para entender la construcción del *éthos* del enunciador, sino –más bien– con el fin de identificar la imagen (“*éthos*”) de ese *otro* discursivo. Por ello, entonces, también queda la propuesta de rever aquellas estrategias basadas en buscar corporalidades antagonistas.

Luego de estas observaciones y propuestas restaría reflexionar sobre ciertos aspectos prácticos vinculados con esta nueva categorización presentada, en especial, con respecto al reservorio de técnicas analíticas discursivas. Entonces, la primera pregunta que creemos debería guiar nuestra reflexión es sobre la viabilidad y beneficios de aplicación de lo hasta aquí expuesto, a partir de una noción amplia de alteridad, como la explicitada al comienzo, es decir, la de *no-yo*.

Si bien admitimos que tanto la noción de alteridad como las clasificaciones presentadas todavía requieren trabajo y refinamiento, creemos que la incorporación de las distinciones y mecanismos aquí explicitados, aunque sea en términos generales, es fructífera. De ninguna manera se oponen a las definiciones presentadas al principio, ni a otras de base aristotélica dentro del marco de la Escuela Francesa de análisis del discurso; sino, más bien, las complementa al introducir una noción que puede ser explotada al momento del análisis. Por otro lado, además de engrosar el reservorio de herramientas analíticas, el ahondar en el estudio de estas nuevas categorías y

mejorarlas conlleva abrir la posibilidad de encontrar nuevas perspectivas no tan solo dentro de una disciplina sino, también, en el espacio interdisciplinario.

A modo de cierre de esta brevísima reflexión, entonces, se puede decir que el juego discursivo que monta el enunciador de presentar a otros, de introducir ideas, de elogiar lo positivo y enfrentarse a lo negativo, de aferrarse a lo beneficioso y dejar de lado o rechazar lo desfavorable para su imagen, influencia a su *éthos* de manera decisiva. Sin embargo, no existen fórmulas predeterminadas en tanto existan variables discursivas que afectan los esquemas valorativos de manera definitiva. Es así que el adoptar una perspectiva como la aquí propuesta, que considera a la alteridad en esta forma y con una influencia decisiva en la construcción de la imagen de sí del enunciador, conlleva cambios –por qué no mayores– en nuestra tarea de investigadores y al momento de teorizar. Queda aquí esta exposición, aunque no nuestro trabajo por mostrar el prisma de sentidos vinculado a las imágenes discursivas.

Referencias

- AMOSSY, R., & Adam, J.-M. (1999). *Images de soi dans le discours: La construction de l'ethos*. Lausanne, Suisse: Delachaux et Niestlé.
- AMOSSY, R. (2010). *La présentation de soi*. Paris: Presses universitaires de France.
- ARISTÓTELES (2005). *El arte de la retórica*. Buenos Aires: EUDEBA. E. Ignacio Granero (trad.).
- ARISTÓTELES (1990). *Retórica*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales. Antonio Tovar (trad.). Edición bilingüe.
- BARTHES, R. (1970). L'ancienne rhétorique. Aide-mémoire. *Communications*, 16(1), 172–223. doi:10.3406/comm.1970.1236.
- BARTHES, R. (1993). La retórica antigua. Prontuario. En: *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- CHARAUDEAU, P., & Maingueneau, D. (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Madrid: Amorrortu.
- FERNÁNDEZ, M. E. (2012). *Ethos in controversy*. [inédito].

- KERBRAT-ORECCIONI, C. (1993). *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Edicial.
- MAINGUENEAU, D. (2002). Problèmes d'ethos. *Pratiques* N° 113/114, junio de 2002, pp. 55-67.
- MAINGUENEAU, D. (n.d.). L'ethos, de la rhétorique à l'analyse du discours. Disponible en http://dominique.maingueneau.pagesperso-orange.fr/intro_company.html.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2001). Discurso. En *Diccionario de la Real Academia Española* (22ª ed.). Disponible en <http://lema.rae.es/drae/?val=discurso>.
- VERÓN, E. (1987). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette. pp.11-26.